

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
на засіданні групи забезпечення
спеціальності
від « 14 » 09 2023 року
Протокол № 1
Голова групи _____ *Ч* Чугай А.В.

«УЗГОДЖЕНО»
Декан природоохоронного факультету
_____ *Ч* Чугай А.В.

СИЛЛАБУС

навчальної дисципліни
«РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ»

(назва навчальної дисципліни)

101 «Екологія»

(шифр та назва спеціальності)

«Організація еколога-туристичної діяльності»

(назва освітньої програми)

бакалавр

(рівень вищої освіти)

денна

(форма навчання)

IV

(рік навчання)

VIII

(семестр навчання)

2/60

(кількість кредитів ЄКТС/годин)

залік

(форма контролю)

Економіки природокористування

(кафедра)

Одеса, 2023 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета	Формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок у сфері знань про туристичні ринки світу, що передбачає ознайомлення з різноманітними туристичними формальностями для виїзду українців закордон та прийняття іноземців нашою державою, туристичної ситуації та політики окремих держав і регіонів світу, географією туристичних ринків світу та перспективами розвитку стратегічно важливого для нашої держави міжнародного туризму.
Компетентність	«Здатність проводити моніторинг ринку туристичних послуг»
Результат навчання	«Вміти досліджувати конкурентів, попит потенційних споживачів туристичних послуг та існуючі пропозиції»
Базові знання	<ol style="list-style-type: none"> 1) знати структуру та зміст навчальної дисципліни; 2) основні поняття, структуру та функції ринку туристичних послуг; 3) сутність зовнішньоекономічних операцій в туризмі; 4) економічний механізм функціонування ринку туристичних послуг; 5) мати уявлення про попит та пропозиція на ринку туристичних послуг; 6) знати функції ринку туристичних послуг в економічній системі; 7) туристичні підприємства як суб'єкти ринку туристичних послуг; 8) передумови формування ринку туристичних послуг; 9) мати уявлення про сучасні тенденції розвитку ринку туристичних послуг в умовах глобалізації.
Базові вміння	<ol style="list-style-type: none"> 1) формулювати основні терміни та поняття курсу; 2) застосовувати економіко-математичні методи дослідження економічного потенціалу туристичного бізнесу в Україні; 3) здійснювати аналіз проблем та перспектив інформатизації ринку туристичних послуг.
Базові навички	1) аналізувати оточуюче середовище в умовах невизначеності та діяти у відповідності до обставин, що негайно виникають;

	2) працювати у команді та у разі необхідності приймати нестандартні рішення.
Пов'язані ссиллабуси	-
Попередні дисципліни	немає
Наступні дисципліни	-
Кількість годин	лекції: 18 год. практичні заняття: 9 год. самостійна робота студентів: 33 год.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Лекційні модулі

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		аудиторні	СРС
ЗМ-Л1	Науково-теоретичні основи вивчення ринку туристичних послуг та методичні засади дослідження ринку туристичних послуг .		
	• Тема 1. Вступ до вивчення ринку туристичних послуг.	2	0,5
	• Тема 2. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг.	2 2	1 1
	• Тема 3. Історія формування ринку туристичних послуг.	2	1
	• Тема 4. Чинники розвитку туристичного бізнесу в Україні.	2	1
	• Тема 5. Економічний потенціал сучасного туристичного бізнесу в Україні.	2	1
	• Тема 6. Маркетингові та інноваційні стратегії у менеджменті туристичних підприємств.	2	0,5
	• Тема 7. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств як засіб реалізації зовнішньоекономічного курсу України.		
	• Тема 8. Стратегія виходу України на світовий ринок туристичних послуг.		
	• Тема 9. Філософія сучасного туризму.		
	Модульна тестова контрольна робота №1 (МКРл1)		5
	Підсумкова залікова контрольна робота		5
	Разом	18	18

Консультації: Попова Марія Олександрівна, раз на тиждень 1 година за розкладом занять згідно з графіком консультацій, затвердженого на засіданні кафедри, аудиторія 416.

e-mail: economy@odeku.edu.ua (Кафедра економіки природокористування)

2.2. Практичний модуль

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		аудиторні	СРС
ЗМ-П1	Науково-теоретичні основи вивчення ринку туристичних послуг та методичні засади дослідження ринку туристичних послуг (<i>практичні заняття</i>).		
	• Тема 1. Вступ до вивчення ринку туристичних послуг.	1	2
	• Тема 2. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг.	1	1
		1	1
	• Тема 3. Історія формування ринку туристичних послуг.	1	1
	• Тема 4. Чинники розвитку туристичного бізнесу в Україні.	1	1
	• Тема 5. Економічний потенціал сучасного туристичного бізнесу в Україні.	1	1
		1	1
	• Тема 6. Маркетингові та інноваційні стратегії у менеджменті туристичних підприємств.	1	1
	• Тема 7. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств як засіб реалізації зовнішньоекономічного курсу України.		
• Тема 8. Стратегія виходу України на світовий ринок туристичних послуг.			
• Тема 9. Філософія сучасного туризму.			
	Модульна тестова контрольна робота №1 (МКРп1)		5
	Разом	9	15

Консультації: Попова Марія Олександрівна, раз на тиждень 1 година за розкладом занять згідно з графіком консультацій, затвердженого на засіданні кафедри, аудиторія 416.

e-mail: economy@odeku.edu.ua (Кафедра економіки природокористування)

2.3. Самостійна робота студента та контрольні заходи

Код модуля	Завдання на СРС та контрольні заходи	Кількість годин СРС	Строк проведення (семестр, тиждень)
ЗМ-Л1	Підготовка до лекційних занять ПЛЗ (ПК). Виконання модульної тестової контрольної роботи (обов'язковий) МКРЛ1	8	1-7 тиждень
		5	7
ЗМ-П1	Підготовка до практичних занять ПУОП (УО). Виконання модульної тестової контрольної роботи (обов'язковий) МКРП1	10	1-8 тиждень
		5	8
	Виконання підсумкової залікової контрольної роботи ПЗ (З)	5	9 тиждень
	Разом:	33	

2.3.1. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-ЛІ.

Організація контролю знань студентів побудована за накопичувально-модульним принципом згідно вимог діючого в університеті Положення «Про проведення підсумкового контролю знань студентів».

З *теоретичного* курсу навчальної дисципліни студент повинен бути готовим відповідати на усні запитання лектора під час аудиторних лекційних занять або відповісти на тестові питання у системі дистанційного навчання; виконати 10 тестових завдань відкритого типу модульної контрольної роботи.

Формами контролю засвоєння теоретичних знань є усне опитування під час лекційних занять або тестові питання у системі дистанційного навчання (поточний контроль), модульна контрольна робота за змістовним модулем (внутрішньо семестровий контроль), виконання залікової контрольної роботи (підсумкова атестація).

Усне опитування або питання у вигляді тестів в системі дистанційного навчання:

за темою 1 складає 3 теста, що дорівнює 3 балам;

за темою 2 – 4 теста (4 бала);

за темою 3 – 3 теста (3 бала);

за темою 4 – 3 теста (3 бала);

за темою 5 – 4 теста (4 бала);

за темою 6 – 3 теста (3 бала);

за темою 7 – 4 теста (4 бала);

за темою 8 – 3 питання (3 бала);

за темою 9 – 3 теста (3 бала).

Варіанти модульної контрольної роботи містять 20 запитань у тестовому вигляді. Кожна вірна відповідь оцінюється у 1 бал. Максимальна кількість балів за виконаний варіант кожної модульної контрольної роботи становить **20 балів**. Максимальна кількість балів, яку студент може отримати з лекційної частини, складає **50 балів**.

У нижченаведеній таблиці представлена інформація щодо нарахування максимально можливої кількості балів за опрацювання лекційних занять навчальної дисципліни **“Ринок туристичних послуг”**.

Код модуля	Теоретичний матеріал	Максимальна можлива кількість балів
ЗМ-Л1	Тема 1. Вступ до вивчення ринку туристичних послуг (3 теста* 1 бал)	3
	Тема 2. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг (4 теста* 1 бал)	4
	Тема 3. Історія формування ринку туристичних послуг (3 теста* 1 бал)	3
	Тема 4. Чинники розвитку туристичного бізнесу в Україні (3 теста* 1 бал)	3
	Тема 5. Економічний потенціал сучасного туристичного бізнесу в Україні (4 теста* 1 бал)	4
	Тема 6. Маркетингові та інноваційні стратегії у менеджменті туристичних підприємств (3 теста* 1 бал)	3
	Тема 7. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств як засіб реалізації зовнішньоекономічного курсу України (4 теста* 1 бал)	3
	Тема 8. Стратегія виходу України на світовий ринок туристичних послуг (3 теста* 1 бал)	3
	Тема 9. Філософія сучасного туризму (3 теста* 1 бал)	3
Загалом за контрольні роботи за темами		30
Модульна тестова контрольна робота 1 (20 тестів*1бал)		20
Загалом за лекційну частину курсу		50

2.3.2. *Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-III.*

Формами контролю засвоєння практичних знань є усне опитування під час практичних занять або тестові питання у системі дистанційного навчання (поточний контроль), модульна контрольна робота за змістовним модулем (внутрішньо семестровий контроль), виконання залікової контрольної роботи (підсумкова атестація).

Усне опитування або питання у вигляді тестів в системі дистанційного навчання:

за темою 1 складає 3 теста, що дорівнює 3 балам;

за темою 2 – 4 теста (4 бала);

за темою 3 – 3 теста (3 бала);

за темою 4 – 3 теста (3 бала);

за темою 5 – 4 теста (4 бала);

за темою 6 – 3 теста (3 бала);

за темою 7 – 4 теста (4 бала);

за темою 8 – 3 питання (3 бала);

за темою 9 – 3 теста (3 бала).

Варіанти модульної контрольної роботи містять 20 запитань у тестовому вигляді. Кожна вірна відповідь оцінюється у 1 бал. Максимальна кількість балів за виконаний варіант кожної модульної контрольної роботи становить **20 балів**. Максимальна кількість балів, яку студент може отримати з практичної частини, складає **50 балів**.

У нижченаведеній таблиці представлена інформація щодо нарахування максимально можливої кількості балів за опрацювання практичних занять навчальної дисципліни **“Ринок туристичних послуг”**.

Код модуля	Практичний матеріал	Максимальна можлива кількість балів
ЗМ-П1	Тема 1. Вступ до вивчення ринку туристичних послуг (3 теста* 1 бал)	3
	Тема 2. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг (4 теста* 1 бал)	4
	Тема 3. Історія формування ринку туристичних послуг (3 теста* 1 бал)	3
	Тема 4. Чинники розвитку туристичного бізнесу в Україні (3 теста* 1 бал)	4
	Тема 5. Економічний потенціал сучасного туристичного бізнесу в Україні (4 теста* 1 бал)	3
	Тема 6. Маркетингові та інноваційні стратегії у менеджменті туристичних підприємств (3 теста* 1 бал)	4
	Тема 7. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств як засіб реалізації зовнішньоекономічного курсу України (4 теста* 1 бал)	3
	Тема 8. Стратегія виходу України на світовий ринок туристичних послуг (3 теста* 1 бал)	3
	Тема 9. Філософія сучасного туризму (3 теста* 1 бал)	3
Загалом за контрольні роботи за темами		30
Модульна тестова контрольна робота 1 (20 тестів*1бал)		20
Загалом за практичну частину курсу		50

Загальна максимальна кількість балів з дисципліни “Ринок туристичних послуг”, яку студент може отримати, складає **100 балів** (теоретична частина - **50 балів**, практична частина – **50 балів**).

Студент допускається до підсумкового семестрового заліку, якщо він виконав всі види робіт, передбачені робочою навчальною програмою дисципліни і набрав за модульною системою *не менше 10 балів з теоретичної частини та не менше 10 балів з практичної частини.*

Варіанти підсумкової залікової контрольної роботи містять 20 запитань у тестовому вигляді. Кожна вірна відповідь оцінюється у 5 балів.

Максимальна кількість балів за виконаний варіант залікової модульної контрольної роботи становить **100 балів.**

Якщо дисципліна закінчується заліком, то студент пише залікову контрольну роботу, а інтегральна оцінка (В) по дисципліні розраховується за формулою:

$$B = 0,75 \times OZ + 0,25 \times OZKP,$$

де ОЗ – кількісна оцінка (у відсотках від максимально можливої) за змістовними модулями;

ОЗКР – кількісна оцінка (у відсотках від максимально можливої) залікової контрольної роботи.

По дисципліні, що завершується **заліком**, студент отримує якісну оцінку («зараховано» або «не зараховано»), якщо має на останній день семестру інтегральну суму балів поточного контролю, достатню (60% та більше) для отримання позитивної оцінки, та не менше 50% від максимально можливої суми балів за залікову контрольну роботу.

Умовою отримання **заліку** є інтегральна оцінка В - не менше 60%.

Шкала відповідності оцінок в системі університету, національній системі і системі ECTS

За шкалою ECTS	За національною шкалою	Бал успішності
A	5 (відмінно)	90-100
B	4 (добре)	82-89,9
C	4 (добре)	74-81,9
D	3 (задовільно)	64-73,9
E	3 (задовільно)	60-63,9
FX	2(незадовільно)	35-59,9
F	2(незадовільно)	1-34,9

3. РЕКОМЕНДАЦІ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

3.1. Модуль ЗМ-Л1 «Науково-теоретичні основи вивчення ринку туристичних послуг та методичні засади дослідження ринку туристичних послуг».

3.1.1. Повчання

При вивченні лекційного змістовного модулю 1 (ЗМ-Л1) студент має звернути особливу увагу на такі питання:

за темою №1 - основні поняття ринку туристичних послуг; праці яких вчених становлять теоретико-методологічну базу дослідження ринку туристичних послуг; критерії поділу туристичних операцій на експортні та імпорнтні; склад туристичних операцій; характеристика форм туризму;

за темою №2 - головні особливості ринку туристичних послуг; логічну схему функціонування ринку туристичних послуг; функцію туристичного продукту на ринку туристичних послуг; попит і пропозиція на ринку туристичних послуг; які риси ринку туристичних послуг відрізняють його від інших галузевих ринків;

за темою №3 - дати формування ринку туристичних послуг; етапи становлення ринку туристичних

послуг; етапи розвитку ринку туристичних послуг; причини короткотермінового спаду туристичної активності на початку ХХІ століття;

за темою №4 – правові передумови у розвитку туристичного бізнесу; які міжнародні правові документи регулюють розвиток туристичної діяльності; які сучасні вимоги висуваються до національного туристичного законодавства; структуру та зміст головного закону, який регламентує туристичну діяльність в Україні; сутність державної туристичної політики;

за темою №5 – показники для аналізу структури і динаміки розвитку туристичного бізнесу в країні; динаміку кількості туристів у світі та в Україні; фактори які найістотніше впливають на обсяги надання туристичних послуг в Україні; характеристику мотиваційної структури іноземного туризму в Україні; характеристику мотиваційної структури зарубіжного туризму в Україні;

за темою № 6 – сучасні напрями менеджменту туристичних підприємств; сутність туристичного маркетингу; як

змінювалися маркетингові стратегії туристичних підприємств залежно від трансформації ринку туристичних послуг; зміст функцій та етапів маркетингових досліджень туристичних підприємств; головні передумови та особливості створення кластерів;

за темою №7 - вплив глобалізації на розвиток туризму на різних рівнях; позитивні та негативні наслідки глобалізації ринку туристичних послуг; сутність зовнішньоекономічної діяльності у галузі туризму; зміст зовнішніх чинників ЗЕД туристичних підприємств; класифікацію національних чинників ЗЕД туристичних підприємств за напрямом впливу;

за темою № 8 - співвідношення внутрішніх та зовнішніх чинників розвитку туристичного бізнесу; головні аспекти мікроекономічного середовища розвитку туристичної діяльності; вплив туристичного бізнесу на розв'язання соціальних та екологічних проблем туристичних регіонів; основні заходи регіональних програм розвитку туризму в Україні; проблеми державного управління

туристичною галуззю в Україні, що є найгострішими;

за темою №9 - поняття «туризмологія»; гуманістична функція туризму; сутність антропології туризму; етика туризму; екологія моральної свідомості туриста.

Вивчення **ЗМ-Л1** завершується написанням модульної контрольної роботи (**МКРЛ1**).

Наявним навчально-методичним забезпеченням є підручник [1, 4-16; 1, 16-30; 1, 30-41; 2; 3,], [1, 41-78; 1, 78-90; 1, 90-115; 2; 3], підручник [1, 115-130; 1, 130-147; 1, 147-152; 2; 3], конспект лекцій.

3.1.2. Питання для самоперевірки

За темою №1:

- 1*. У чому полягає актуальність дослідження ринку туристичних послуг?
- 2*. За яким критерієм туристичні операції поділяють на експортні та імпортні?
3. Які форми має туризм? Стисло охарактеризуйте їх.
4. У чому полягає відмінність основних підходів до розуміння категорії «міжнародний туризм»?
5. Які складові включає індустрія туризму?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №2:

- 1*. У чому полягають головні особливості ринку туристичних послуг?

2*. Яку функцію виконує туристичний продукт на ринку туристичних послуг?

3. Які риси ринку туристичних послуг відрізняють його від інших галузевих ринків?

4. Яка роль туристичних підприємств на ринку туристичних послуг?

5. Що являє собою інфраструктура туристичного ринку та які складові вона включає?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №3:

1*. Коли сформувався ринок туристичних послуг?

2*. Охарактеризуйте етапи розвитку ринку туристичних послуг.

3. Які причини короткотермінового спаду туристичної активності на початку XXI століття?

4. Висвітліть сутність основних тенденцій розвитку ринку туристичних послуг.

5. Як взаємозв'язані тенденції монополізації національних туристичних ринків та кооперації малих і середніх туристичних підприємств?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №4:

1*. Яку роль відіграють правові передумови у розвитку туристичного бізнесу?

2*. Які сучасні вимоги висуваються до національного туристичного законодавства?

3. У чому полягає сутність державної туристичної політики?

4. Охарактеризуйте проблемні аспекти туристичного законодавства України.

5. Розкрийте сутність моделі конкурентних переваг М. Портера та дайте на її основі оцінку конкурентних переваг українських туристичних підприємств на зовнішніх ринках.

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №5:

1*. Які показники використовуються для аналізу структури і динаміки розвитку туристичного бізнесу в країні?

2*. Які фактори найістотніше впливають на обсяги надання туристичних послуг в Україні?

3. Охарактеризуйте мотиваційну структуру зарубіжного туризму в Україні.

4. Які економіко-математичні методи застосовуються для дослідження економічного потенціалу туристичного бізнесу?

5. Які регіони України характеризуються найвищими показниками розвитку туристичного бізнесу?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №6:

1*. Які сучасні напрями менеджменту туристичних підприємств є стратегічними і чому?

2*. Як змінювалися маркетингові стратегії туристичних підприємств залежно від трансформації ринку туристичних послуг?

3. Назвіть головні передумови та особливості створення кластерів.

4. Які переваги має кластерна модель організації туристичного бізнесу?

5. Які функції виконує туристична логістика?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №7:

- 1*. Як впливає глобалізація на розвиток туризму на різних рівнях?
- 2*. В чому полягає сутність зовнішньоекономічної діяльності у галузі туризму?
3. Як класифікуються національні чинники ЗЕД туристичних підприємств за напрямом впливу?
4. Які є основні стратегії та форми виходу туристичних підприємств на зовнішні ринки?
5. Охарактеризуйте головні загрози безпеці ЗЕД туристичних підприємств.

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №8:

- 1*. Як співвідносяться внутрішні та зовнішні чинники розвитку туристичного бізнесу?
- 2*. Як впливає туристичний бізнес на розв'язання соціальних та екологічних проблем туристичних регіонів?
3. Які проблеми державного управління туристичною галуззю в Україні є найгострішими?
4. Обґрунтуйте актуальність розробки макроекономічної стратегії розвитку туристичного бізнесу в Україні.
5. Які функції виконують туристичні виставки та ярмарки щодо просування національних туристичних продуктів на зовнішні ринки?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №9:

- 1*. Що таке туризмологія?

2*. Розкрийте сутність антропології туризму.

3*. Як Ви розумієте екологію моральної свідомості туриста?

4*. Охарактеризуйте сутність комунікацій в туризмі.

5*. Яким чином туризм впливає на пізнання культури інших народів?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

3.2. Модуль ЗМ-П1 «Науково-теоретичні основи вивчення ринку туристичних послуг та методичні засади дослідження ринку туристичних послуг». (Практичні заняття)

3.2.1. Повчання

При вивченні практичного змістовного модулю 1 (**ЗМ-П1**) студент має звернути особливу увагу на такі питання:

за темою №1 - відрізнати іноземний та зарубіжний туризм; визначати сутність і відмінність основних підходів до розуміння категорії «міжнародний туризм»; розрізнати поняття «туристичні послуги» та «індустрія туризму»; сформулювати основні складові індустрія туризму; розробити та охарактеризувати головні напрями розвитку досліджень ринку туристичних послуг;

за темою №2 - обґрунтувати головні функції ринку туристичних послуг; визначити роль туристичних підприємств на ринку туристичних

послуг; класифікувати туристичні підприємства та організації як суб'єкти ринку туристичних послуг; визначати складові інфраструктури туристичного ринку; проводити сегментацію ринку туристичних послуг;

за темою №3 - проаналізувати відповідність тенденції розвитку туристичної діяльності в Україні загальносвітовим; висвітлити сутність основних тенденцій розвитку ринку туристичних послуг; аргументувати високий динамізм туристичної діяльності; роз'яснити взаємозв'язок тенденції монополізації національних туристичних ринків та кооперації малих і середніх туристичних підприємств; сформулювати перспективи у розвитку туристичних послуг за рахунок процесів інформатизації;

за темою 4 - розкрити функції основних інститутів державного регулювання туристичної галузі в Україні; охарактеризувати проблемні аспекти туристичного законодавства України; назвати поняття конкурентоспроможності туристичного

продукту, туристичного підприємства та туристичної галузі, та які індикатори їх характеризують; розкрити сутність моделі конкурентних переваг М. Портера та дати на її основі оцінку конкурентних переваг українських туристичних підприємств на зовнішніх ринках; оцінювати конкурентні переваги українських туристичних підприємств у межах міжнародного регіону;

за темою №5 - сформулювати особливості географічної структури туристичних потоків в Україні; застосовувати економіко-математичні методи для дослідження економічного потенціалу туристичного бізнесу; вживати методіку групування регіонів України за подібністю показників розвитку туристичного бізнесу; характеризувати регіони України з найвищими показниками розвитку туристичного бізнесу; характеризувати регіони України з найгіршими показниками розвитку туристичного бізнесу;

за темою №6 - визначити специфічні риси для туристичних кластерів; назвати переваги кластерної моделі організації туристичного бізнесу; виділити сектори в організаційній структурі туристичного кластеру; назвати функції туристичної логістики; розкрити місце інформаційної, транспортної, кадрової, сервісної логістики у туристичних кластерах;

за темою №7 - розкрити зміст внутрішніх чинників ЗЕД туристичних підприємств; визначити основні стратегії та форми виходу туристичних підприємств на зовнішні ринки; сформулювати сутність безпеки ЗЕД туристичних підприємств; охарактеризувати головні загрози безпеці ЗЕД туристичних підприємств; застосувати на практиці метод SWOT-аналіз зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств;

за темою №8 - аргументувати відповідність стану туристичної інфраструктури в Україні міжнародним стандартам; обґрунтувати актуальність розробки макроекономічної стратегії

розвитку туристичного бізнесу в Україні; пояснити які заходи необхідно здійснити з метою підвищення рівня та ефективності фінансування розбудови туристичної інфраструктури в країні; пояснити які функції виконують туристичні виставки та ярмарки щодо просування національних туристичних продуктів на зовнішні ринки; розкрити основні заходи стимулювання всебічного використання національними підприємствами туристичних ресурсів країни;

за темою №9 - визначити сутність екзистенціального виміру в туризмі; охарактеризувати сутність комунікацій в туризмі; роз'яснити синергію культур; пояснити яким чином туризм впливає на пізнання культури інших народів; трактувати поняття «діалогічності» туризму.

Вивчення **ЗМ-ПІ** завершується виконанням контрольної роботи (**МКРп1**).
Найвним навчально-методичним забезпеченням є підручники [1, 4-16; 1, 16-30; 1, 30-41; 2; 3,], [1, 41-78; 1, 78-90; 1, 90-115; 2; 3], підручники [1, 115-130; 1, 130-147; 1, 147-152; 2; 3], конспект лекцій.

3.2.2. Питання для самоперевірки

За темою №1:

- 1*. Праці яких вчених становлять теоретико-методологічну базу дослідження ринку туристичних послуг?
- 2*. Які операції відносять до складу туристичних?
3. Чим відрізняються іноземний та зарубіжний туризм?
4. Як співвідносяться поняття «туристичні послуги» та «індустрія туризму»?
5. Охарактеризуйте головні напрями розвитку досліджень ринку туристичних послуг.

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №2:

- 1*. Охарактеризуйте логічну схему функціонування ринку туристичних послуг.
- 2*. Які детермінанти визначають попит і пропозицію на ринку туристичних послуг?
3. Обґрунтуйте головні функції ринку туристичних послуг.
4. За якими критеріями класифікуються туристичні підприємства та організації як суб'єкти ринку туристичних послуг?
5. У чому полягає сутність сегментації ринку туристичних послуг?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №3:

- 1*. Охарактеризуйте етапи становлення ринку туристичних послуг.
- 2*. Як змінювалася кількість іноземних туристів у світі протягом другої половини ХХ століття?
3. Чи відповідають тенденції розвитку туристичної діяльності в Україні загальносвітовим?

4. Якими показниками можна аргументувати високий динамізм туристичної діяльності?

5. Які перспективи у розвитку туристичних послуг відкривають процеси інформатизації?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №4:

1*. Які міжнародні правові документи регулюють розвиток туристичної діяльності?

2*. Який головний закон регламентує туристичну діяльність в Україні? Розкрийте його структуру та зміст.

3. Розкрийте функції основних інститутів державного регулювання туристичної галузі в Україні.

4. Як трактуються поняття конкурентоспроможності туристичного продукту, туристичного підприємства та туристичної галузі, та які індикатори їх характеризують?

5. Як оцінюють конкурентні переваги українських туристичних підприємств у межах міжнародного регіону?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №5:

1*. Як взаємозв'язана динаміка кількості туристів у світі та в Україні?

2*. Охарактеризуйте мотиваційну структуру іноземного туризму в Україні.

3. Які особливості має географічна структура туристичних потоків в Україні?

4. Розкрийте методику групування регіонів України за подібністю показників розвитку туристичного бізнесу.

5. Які регіони України характеризуються найгіршими показниками розвитку туристичного бізнесу?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №6:

1*. У чому полягає сутність туристичного маркетингу?

2*. Розкрийте зміст функцій та етапів маркетингових досліджень туристичних підприємств.

3. Які риси є специфічними для туристичних кластерів?

4. Які сектори можна виділити в організаційній структурі туристичного кластеру?

5. Розкрийте місце інформаційної, транспортної, кадрової, сервісної логістики у туристичних кластерах.

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №7:

1*. Охарактеризуйте позитивні та негативні наслідки глобалізації ринку туристичних послуг.

2*. Розкрийте зміст зовнішніх чинників ЗЕД туристичних підприємств.

3. Розкрийте зміст внутрішніх чинників ЗЕД туристичних підприємств.

4. У чому полягає сутність безпеки ЗЕД туристичних підприємств?

5. Як на практиці застосовується метод СВOT-аналіз зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №8:

1*. Які головні аспекти мікроекономічного середовища розвитку туристичної діяльності?

2*. Охарактеризуйте основні заходи регіональних програм розвитку туризму в Україні.

3. Чи відповідає стан туристичної інфраструктури в Україні міжнародним стандартам? Відповідь аргументуйте.

4. Які заходи необхідно здійснити з метою підвищення рівня та ефективності фінансування розбудови туристичної інфраструктури в країні?

5. Розкрийте основні заходи стимулювання всебічного використання національними підприємствами туристичних ресурсів країни.

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

За темою №9:

1*. У чому полягає гуманістична функція туризму?

2*. Що таке етика туризму?

3. У чому сутність екзистенціального виміру в туризмі?

4. Як Ви розумієте синергію культур?

5. Як трактується поняття «діалогічності» туризму?

Примітка: *(зірочкою) відмічені питання для самоперевірки базових знань та вмінь.

4. ПИТАННЯ ДО ЗАХОДІВ ПОТОЧНОГО, ПІДСУМКОВОГО ТА СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

4.1. Тестові питання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-Л1

Теми 1, 2, 3

1. Експорт в туризмі - це:

Література [1 с.6-16].

2. Міжнародний туризм - це:

Література [1 с. 6-16].

3. Туристи - це:

Література [1 с. 6-16].

4. Туристичні послуги - це:

Література [1 с. 6-16].

5. Форми туризму (ЮНВТО):

Література [1 с. 6-16].

6. Інфраструктура ринку туристичних послуг – це:

Література [1 с. 6-16].

7. Класифікація туристичних підприємств і організацій за економічною ознакою:

Література [1 с.16-30].

8. Класифікація туристичних підприємств і організацій за ознакою широти програми:

Література [1 с. 16-30].

9. Критерії сегментації ринку туристичних послуг – це:

Література [1 с. 16-30].

10. Пропозиція на ринку туристичних послуг – це:

Література [1 с. 16-30].

11. Туристичне агентство (турагентство) – це:

Література [1 с. 16-30].

12. Туристичний продукт – це:

Література [1 с. 16-30].

13. Туроператорська фірма (туроператор) – це:

Література [1 с. 16-30].

14. Яка функція ринку туристичних послуг забезпечує стимулювання підвищення економічної ефективності виробництва туристичних послуг в умовах конкуренції та досконалення пропозиції відповідно до особливостей попиту в різних міжнародних регіонах:

Література [1 с.30-41].

15. Яка функція ринку туристичних послуг надає інформацію 'про усереднені параметри сукупних попиту і пропозиції на різні види туристичних послуг, забезпечує встановлення ціннісних еквівалентів для купівлі-продажу туристичних продуктів:

Література [2 с. 30-41].

16. Функції ринку туристичних послуг – це:

Література [2 с. 30-41].

17. Вертикальна транснаціоналізація – це:

Література [2 с. 30-41].

18. Диверсифікація туристичної діяльності – це:

Література [2 с. 30-41].

19. Етапи становлення ринку туристичних послуг – тривалі в часі, якісно відмінні періоди виникнення окремих передумов для формування ринку туристичних послуг:

Література [2 с. 30-41].

20. Монополізація ринку туристичних послуг – це:

Література [2 с. 30-41].

21. Тайм-шер – це:

Література [2 с. 30-41].

Теми 4, 5, 6

1. У якому році було прийнята «Хартія туризму»:

Література [1 с.41-78].

2. Державне регулювання в галузі туризму в Україні спрямоване на:

Література [1 с. 41-78].

3. З метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування, згідно чинного законодавства України впроваджено:

Література [1 с. 41-78].

4. З якою метою в Україні запроваджено сертифікацію товарів, робіт, послуг у сфері туристичної діяльності :

Література [1 с. 41-78].

5. Конкуренентоспроможність туристичного продукту як товару трактується як:

Література [1 с. 41-78].

6. Конкуренентоспроможність туристичної галузі країни – це:

Література [1 с. 41-78].

7. Детермінантами конкурентних переваг країни, за М.Портером не являються:

Література [1 с.78-90].

8. Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичними ресурсами для виходу на рекреаційно-оздоровчі сегменти зовнішніх ринків також є:

Література [1 с. 78-90].

9. Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичною інфраструктурою є:

Література [1 с. 78-90].

10. Рівень забезпеченості туристичних підприємств України трудовими ресурсами є:

Література [1 с. 78-90].

11. Сучасними факторами, які не впливають на швидку зміну конкурентного середовища та характер конкурентної боротьби на глобальному рівні, є:

Література [1 с. 78-90].

12. Відповідно до конкурентних переваг туристичного підприємства не можна виділити такий тип ринкової ніши:

Література [1 с. 78-90].

13. Дискримінантний аналіз – це:

Література [1 с. 78-90].

14. Кореляційно-регресійний аналіз – це:

Література [1 с.90-115].

15. Показники розвитку туристичного бізнесу:

Література [1 с. 90-115].

16. Ринок туристичних послуг в Україні знаходиться на стадії:

Література [1 с. 90-115].

17. У географічній структурі наданих туристичних послуг домінуючі позиції в Україні має:

Література [1 с. 90-115].

18. У розвитку туристичного бізнесу у розрізі регіонів України:

Література [1 с. 90-115].

19. Кластер – це:

Література [1 с. 90-115].

20. Маркетинг туристичного підприємства – це:

Література [1 с. 90-115].

21. Менеджмент туристичного підприємства – це:

Література [1 с. 90-115].

22. Туристичний кластер – це:

Література [1 с. 90-115].

23. До складу базових складових сучасного менеджменту туристичних підприємств не входить:

Література [1 с. 90-115].

24. Для підвищення ефективності господарської діяльності малі та середні туристичні підприємства зазвичай не об'єднуються в:

Література [1 с. 90-115].

25. Діяльність туристичних кластерів не спрямована на забезпечення:

Література [1 с. 90-115].

26. До складу допоміжного сектора туристичного кластеру входять:

Література [1 с. 90-115].

27. До складу сектора виробництва туристичних послуг туристичного кластеру входять:

Література [1 с. 90-115].

Теми 7, 8, 9

1. Безпека зовнішньоекономічної діяльності туристичного підприємства – це:

Література [1 с.115-130].

2. Глобалізація туризму – це:

Література [1 с. 115-130].

3. Зовнішні чинники зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств – це:

Література [1 с. 115-130].

4. SWOT-аналіз зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств – це:

Література [1 с. 115-130].

5. На світовому рівні глобалізація у сфері туризму:

Література [1 с. 115-130].

6. На рівні туристичного підприємства глобалізація:

Література [1 с. 115-130].

7. До об'єктивних чинників ЗЕД туристичного підприємства не відносяться:

Література [4 с. 115-130].

8. До національних зовнішніх чинників прямого впливу не відносяться:

Література [1 с. 115-130].

9. До стратегії виходу туристичних підприємств на зовнішній ринок не відносяться:

Література [1 с. 115-130].

10. Діяльність туристичних підприємств на зовнішніх ринках завжди є стабільною, передбачуваною:

Література [1 с. 115-130].

11. Державна програма розвитку туризму – це:

Література [1 с. 115-130].

12. Зелений (екологічний) туризм – це:

Література [1 с. 115-130].

13. Макроекономічна стратегія розвитку туристичного бізнесу – це:

Література [1 с.130-147].

14. Мікросередовище розвитку туристичного бізнесу – це:

Література [1 с. 130-147].

15. Сталий розвиток туризму – це:

Література [1 с. 130-147].

16. Зелений туризм у більшості країн розглядається як невід'ємна частина комплексного соціально-економічного розвитку сільської місцевості, як один із засобів вирішення багатьох сільських проблем:

Література [1 с. 130-147].

17. Антропологічний туризм – це:

Література [1 с. 130-147].

18. Етика туризму – це

Література [1 с. 130-147].

19. Культурологія туризму – це::

Література [1 с. 130-147].

20. Синергія культур у туристичній діяльності – це:

Література [1 с. 130-147].

21. Туристська комунікація – це:

Література [1 с. 130-147].

22. Філософія туризму – це

Література [1 с. 130-147].

4.2. Тестові питання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-П1

Теми 1, 2, 3

1. Імпорт в туризмі - це:

Література [1 с.4-16].

2. Туризм - це:

Література [1 с. 4-16].

3. Екскурсанти - це:

Література [1 с. 4-16].

4. Операції, спрямовані на задоволення культурних та інших духовних потреб туристів - це:

Література [1 с. 4-16].

5. Термін „індустрія туризму” розглядається як:

Література [1 с. 4-16].

6. Класифікація туристичних підприємств і організацій за національно-територіальною ознакою:

Література [1 с. 4-16].

7. Класифікація туристичних підприємств і організацій за ознакою розміру:

Література [1 с. 4-16].

8. Характеристика західного підходу до управління якістю не включає до себе:

Література [1 с. 4-16].

9. Класифікація туристичних підприємств і організацій за ознакою глибини програми:

Література [1 с. 4-16].

10. Попит на ринку туристичних послуг – це:

Література [1 с. 4-16].

11. Світовий ринок туристичних послуг –це:

Література [1 с.16-30].

12. Туристичне підприємство – це:

Література [4 с. 16-30].

13. Туристичний ринок – це:

Література [1 с. 16-30].

14. Яка функція ринку туристичних послуг полягає у тому, що ринок забезпечує збалансованість попиту і пропозиції, узгодження виробництва і споживання туристичних продуктів в цілому та по окремих сегментах зокрема:

Література [1 с. 16-30].

15. Яка функція ринку туристичних послуг оптимізує використання факторів виробництва туристичних послуг, «показує» виробникам які, у якій кількості та для кого необхідно виробляти туристичні послуги:

Література [2 с. 16-30].

16. Яка функція ринку туристичних послуг вибравує з обігу ті туристичні послуги або їх виробників, які не можуть забезпечити мінімальний стандарт якості:

Література [2 с. 16-30].

17. Високий динамізм туристичної діяльності – це:

Література [2 с. 16-30].

18. Етапи розвитку ринку туристичних послуг – тривалі в часі, якісно відмінні періоди функціонування ринку туристичних послуг:

Література [2 с.30-41].

19. Інформатизація ринку туристичних послуг – це:

Література [2 с. 30-41].

20. Першим туристом називають:

Література [2 с. 30-41].**Теми 4, 5, 6**

1. Державна туристична політика – це:

Література [1 с.41-78].

2. До повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму та:

Література [1 с. 41-78].

3. Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності в Україні діє і спрямована на:

Література [2 с. 16-30].

4. Що не входить до найпроблемніших аспектів туристичного законодавства України:

Література [4 с. 41-78].

5. Конкурентоспроможність туристичного підприємства розглядається у фаховій літературі як:

Література [1 с. 41-78].

6. Індикаторами оцінки конкурентоспроможності туристичної галузі є:

Література [1 с. 41-78].

7. Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичними ресурсами для виходу на пізнавально-розважальні сегменти зовнішніх ринків є:

Література [1 с. 41-78].

8. Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичними ресурсами для виходу на ділові сегменти зовнішніх ринків є:

Література [1 с. 41-78].

9. Рівень забезпеченості туристичних підприємств України фінансовими ресурсами є:

Література [1 с. 41-78].

10. Виробництво сувенірів та товарів супутнього туристського попиту України має:

Література [1 с.78-90].

11. Оцінку конкурентних позицій українських туристичних підприємств спочатку доцільно здійснити на:

Література [1 с. 78-90].

12. Для оцінки рівня конкурентоспроможності зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств в межах внутрішнього регіону не використовуються такі методи:

Література [1 с. 78-90].

13. Кластерний аналіз – це:

Література [1 с. 78-90].

14. Мотиваційна структура туристичних потоків – це:

Література [1 с. 78-90].

15. Туристичний потік – це:

Література [1 с. 78-90].

16. Які показники не застосовуються для аналізу структури та динаміки господарської діяльності туристичних підприємств України з урахуванням фактору доступності, достовірності та адекватності статистичної інформації:

Література [1 с. 78-90].

17. Динаміка туристичної діяльності в Україні:

Література [1 с.90-115].

18. Факторами, що не обумовлюють результативність економічної діяльності туристичних підприємств, є:

Література [1 с. 90-115].

19. Кластеризація – це:

Література [1 с. 90-115].

20. Маркетингова стратегія туристичного підприємства – це:

Література [1 с. 90-115].

21. Туристична логістика – це:

Література [1 с. 90-115].

22. Туристичний маркетинг – це:

Література [1 с. 90-115].

23. У якому році маркетингові стратегії туристичних підприємств були спрямовані на потреби споживача:

Література [1 с. 90-115].

24. До обслуговуючих секторів кластерів у сфері послуг не відносяться:

Література [1 с. 90-115].

25. До складу сектора забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру входять:

Література [1 с. 90-115].

26. До складу сервісного сектора туристичного кластеру входять:

Література [1 с. 90-115].

Теми 7, 8, 9

1. Внутрішні чинники зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств – це:

Література [1 с.115-130].

2. Загрози безпеці зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств – це:

Література [1 с.115-130].

3. Зовнішньоекономічна діяльність в туризмі – це:

Література [1 с. 115-130].

4. Стійкість зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств – це:

Література [1 с. 115-130].

5. На національному рівні глобалізація у сфері туризму:

Література [1 с. 115-130].

6. До глобальних чинників ЗЕД туристичного підприємства не відносяться:

Література [1 с. 115-130].

7. До суб'єктивних чинників ЗЕД туристичного підприємства не відносяться:

Література [1 с. 115-130].

8. До національних зовнішніх чинників опосередкованого впливу не відносяться:

Література [1 с. 115-130].

9. Загрози економічній безпеці туристичних підприємств (треба вибрати не релевантне твердження):

Література [1 с. 115-130].

10. Державний кадастр туристичних ресурсів – це:

Література [1 с. 115-130].

11. Зовнішні чинники розвитку туристичного бізнесу – це:

Література [1 с. 115-130].

12. Міжнародний франчайзинг в туризмі – це:

Література [1 с.130-147].

13. Національна туристична рекламно-інформаційна мережа – це:

Література [1 с. 130-147].

14. Туристична виставка, ярмарок – це:

Література [1 с. 130-147].

15. Екологія туризму – це:

Література [1 с. 130-147].

16. Комунікативна культура туризму – це:

Література [1 с. 147-152].

17. Онтологія туризму – це:

Література [1 с. 147-152].

18. Соціологія туризму – це:

Література [1 с. 147-152].

19. Феноменологія туризму – це:

Література [1 с. 147-152].

4.3. Тестові завдання до залікової контрольної роботи

Тестові завдання до залікової контрольної роботи об'єднують у себе усі вищеперелічені тести до ЗМ-Л1 та ЗМ-П1.

5. ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література:

1. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні / – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
http://tourlib.net/books_ukr/gontarzhevaska.htm
2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / – К. : Центр учбової літератури, 2007. 224 с. http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko.htm
3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / – К. : Альтерпрес, 2006. 436с.
http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp.htm
4. <http://eprints.library.odku.edu.ua/>

Додаткова література:

5. Агафонова Л. Г. Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / – К. : Знання України, 2002. 358 с.
6. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / – К. : Центр навч. л-ри, 2007. 224 с.
7. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. 300 с.
8. Любіцева О., Панкова Є., Стафійчук В. Туристичні ресурси України: навч. посібник /– К.: Альтерпрес, 2007. 369 с.
9. Мальська М. П., Пурська І.С. Актуальні проблеми управління туристичною індустрією: навчальний посібник / – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2006. 78 с.
10. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / – К. : Знання, 661 с.
11. Мальська М. П., Худо В. В., Занько Ю. С. Організація туристичного обслуговування : підручник / – К. : Знання, 2011. 275с.

12. Мальська М. П. Особливості туристичних послуг: проблеми пов'язані з їх просуванням // *Географія і туризм: європейський досвід*. Матеріали II міжнар. наук. конф. – (Львів– Славське, 25–28 вересня 2008 р.). – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2008. С. 87-89.
13. Мальська М. П., Гаталяк О. М., Ганич Н. М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник / – К. : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
14. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. /– Київ : ЦУЛ, 2007. 424 с.
15. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Паньків Н.М. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність/ Монографія. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. 266 с.
16. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія /– 2-ге вид., випр. і допов. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2009. 463 с.
17. Україна: конкурування в світовій економіці – Стратегії успіху / Агентство США з міжнародного розвитку USAID UKRANE. – К. : [б. в.], 2005. 172 с.
18. Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. Історія туризму : навч. посіб. /– К. : Аль- терпрес, 2005. 320 с.
19. Федорченко В. К., Пазенок В. С., Кручек О. А., Мальська М. П. та ін. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / - К. : ВЦ “Академія”, 2013. 368 с.
20. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. /– Чернівці : [б. в.], 2003. 662 с.

Інформаційні ресурси:

21. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
22. Міністерство культури і туризму України «Підсумки туристичного сезону 2015 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/225433;jsessionid=0D83FF45195E032487951CE94852260C>. – Назва з екрана.

23. Міністерство культури і туризму України «Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A116E060EE2C513F8C>. – Назва з екрана.
24. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 World Economic Forum. – Geneva : [s. l.], 2015. – 501 с. 20. Travel & Tourism Economic Impact 2016 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London: [s. l.], 2016. – 24с.